

5. Exposar, exposar-se: reptes i tendències expositives majors als museus contemporanis

JUSÈP BOYA I BUSQUET
Director del Museu d'Arqueologia de Catalunya

«L'exposició és el mitjà per excel·lència del museu, l'instrument del seu llenguatge particular», afirmava el gran museòleg francès Georges-Henry Rivière, un dels impulsors durant els anys setanta del segle xx del moviment de l'anomenada «nova museologia», línia de pensament i acció museològica en què m'he format intel·lectualment, i els principis i els mètodes d'actuació de la qual sempre he admirat i he intentat aplicar en tots els projectes en què he participat i en totes les institucions que he dirigit.

L'afirmació de Rivière ha d'emmarcar-se també dins del corrent de pensament i recerca semiològic internacional que durant aquell període va inaugurar —entre altres destacats teòrics i estudiosos del món de la comunicació— el nord-americà Marshall MacLuhan (1911-1980), especialment d'ençà de la publicació, l'any 1964, del seu llibre *Understanding Media: The Extensions of Man*, on escrigué la coneguda frase «El mitjà és el missatge».

D'acord amb aquests postulats, es pot dir que els museus es comuniquen i parlen sobretot a través de les seves exposicions. No debades, tota exposició i, per extensió, tota programació expositiva són essencialment un acte de comunicació.

Així, acomplint la tasca d'exposar, els museus també s'exposen, i això en un doble sentit: d'una banda, corrent riscos per les opcions expositives preses... o descartades!; de l'altra, perquè a través de les seves exposicions ens mostren qui són realment, com pensen i quins valors defensen, què volen i a qui s'adrecen. En tot cas, la consciència i les implicacions positives i negatives d'aquest fet constitueixen una dimensió de l'activitat institucional que, actualment, cap museu no hauria d'ignorar.

Certament, la construcció d'un llenguatge expositiu propi, identificat com a tal tant dins com fora del museu, constitueix un procés complex en què intervé una gran diversitat de factors. Com assenyalava abans, la missió i, sobretot, la visió i els valors que assumeix i defensa la institució constitueixen el pal de paller o la clau de volta de tota l'estructura.

Però hi ha altres quatre factors que també em semblen especialment determinants a l'hora de configurar la gramàtica i el llenguatge expositiu d'un museu.

En primer lloc, cal esmentar la naturalesa, la tipologia i el nombre de les col·leccions que en constitueixen el patrimoni i que, en primera instància, condicionen l'abast del seu àmbit temàtic d'actuació potencial i, alhora, també de la seva percepció social i mediàtica.

En segon lloc, esdevé també transcendent el coneixement del nombre i la tipologia dels públics, reals i potencials, identificats per la institució, i en la mesura del possible, el coneixement també de les necessitats, els interessos i les expectatives que tenen.

En tercer lloc, cal considerar la naturalesa i el pes de les tradicions museogràfiques vigents en la institució i, alhora, el marge de flexibilitat que aquestes tradicions possibiliten.

Finalment, el paisatge requereix, a més, no negligir la part que representa el nombre i la tipologia dels recursos econòmics, tècnics i, sobretot, humans de què el centre disposa. En aquest sentit, aquest últim element esmentat, és a dir, les persones que participen en el procés de definició i implementació d'aquest llenguatge i, especialment, el seu grau de talent i experiència, el seu tarannà més innovador o més convencional i, en última instància, la seva particular mirada i els seus gustos estètics em semblen ingredients d'un pes determinant. No debades, soc dels museòlegs que pensen que tota exposició és una forma i un producte d'expressió estètica i simbòlica de caràcter col·lectiu, assimilable en bona part a una pel·lícula o a una representació teatral. I això, en la mesura que estic pregonament convençut que existeix també un «art d'exposar» que, a diferència d'altres arts i expressions visuals contemporànies, no ha obtingut encara el ple reconeixement acadèmic, social i mediàtic que mereix.

Des d'aquesta perspectiva suara exposada, que considera les diverses dimensions i implicacions de l'acte expositiu, esdevé més fàcil identificar els reptes i, per extensió, les opcions i les tendències expositives en els museus d'arqueologia contemporanis, qüestions de reflexió sobre les quals em varen demanar que parlés els organitzadors de la jornada i que —diguem-ho clarament d'entrada— em semblen exactament les mateixes que per a la resta de l'ecosistema museístic actual, tant a Catalunya com arreu del món.

Si comencem pels reptes, considero que hi ha quatre principis o conceptes especialment rellevants per plantejar la problemàtica i, en conseqüència, per guiar la meua intervenció:

- desenvolupament sostenible
- inclusió i igualtat de gènere
- democratització
- entreteniment educatiu

Els tres primers constitueixen una condensació, condicionada per la limitació de temps de la meua intervenció, dels 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) —objectius universals, integradors i ambiciosos— que guien la implementació de l'Agenda 2030 de les Nacions Unides per al Desenvolupament Sostenible, aprovada el 25 de setembre de 2015.

Com molts de vostès ja saben, les temàtiques que aborden van des de la pobresa, la fam, la pau, la salut, l'educació, les desigualtats, la inclusió i la prosperitat econòmica fins a la protecció del planeta, la lluita contra el canvi climàtic, les ciutats i els territoris, l'energia, el consum i la producció.

En els tres primers grans reptes, i estretament vinculat amb tots ells, m'ha semblat també adient singularitzar la problemàtica específica de l'*edutainment* o entreteniment educatiu, aplicada a l'àmbit museístic i, concretament, expositiu. En especial connexió amb aquest últim element, s'obre també la possibilitat de plantejar el repte que suposa la vertiginosa evolució de les noves tecnologies i, en particular, del desenvolupament de la IA —la intel·ligència artificial— i la seva aplicació potencial dins el camp expositiu.

1. DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE

D'acord amb la Declaració de Rio aprovada a la reunió de la Conferència de les Nacions Unides sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament, celebrada a Rio de Janeiro el 1992, el concepte fa referència sobretot a «un desenvolupament que satisfaci les necessitats de les generacions presents sense comprometre les possibilitats de les generacions futures perquè puguin atendre les seves pròpies necessitats».

El primer repte, doncs, que s'ha de considerar és el de treballar per esdevenir un *green museum* o museu verd. Amb aquesta denominació em refereixo sobretot a la voluntat per convertir-se en una institució que incorpora conceptes de sostenibilitat a les seves operacions, la seva programació i les seves instal·lacions.

Reduir, reutilitzar, reciclar, aquest és el mantra que hem de recitar els museus compromesos amb aquesta línia d'actuació i que, aplicat específicament a l'àmbit expositiu, determina l'adopció d'estàndards i protocols per desenvolupar el treball expositiu amb criteris de sostenibilitat, en els quals s'acostuma a considerar i avaluar, per damunt de tot, vuit elements que s'utilitzen habitualment en el disseny d'exposicions:

- 1) Materials ràpidament renovables
- 2) Reutilització de recursos
- 3) Contingut reciclat
- 4) Avaluació de la vida final
- 5) Materials de baixes emissions
- 6) Fusta certificada

- 7) Conservació
- 8) Materials de proximitat

D'altra banda, també en el camp expositiu, i en relació amb l'objectiu de reduir emissions, cal afegir a aquesta llista els sistemes de transport dels objectes en préstec.

El moviment per la conscienciació i la crida pel compromís dels museus en la lluita contra el canvi climàtic i la preservació de la biodiversitat —una de les preocupacions més grans de la humanitat contemporània— ha emergit amb força durant les dues últimes dècades i, sens dubte, constituirà un eix i un paràmetre fonamental i central de la praxi museística i expositiva futura.

2. INCLUSIÓ I IGUALTAT DE GÈNERE

La noció d'inclusió constitueix també un tema central en les preocupacions de les institucions museístiques contemporànies pel que fa a les seves polítiques públiques, però també a la seva política de gestió i el seu model econòmic.

Certament, l'interès dels museus pel seu públic no és nou. Ja que al principi de la meua intervenció m'he referit al moviment de la «nova museologia», em sembla adient recordar que en l'anomenada Declaració de Santiago de Xile, celebrada l'any 1972 i que constitueix un dels pilars d'aquesta tendència museística, ja es reclamava una «major utilitat social» dels museus i «que serveixin millor la societat».

Més recentment, el 2016, la UNESCO, en la seva 38a Conferència General, celebrada a París el 17 de novembre de 2015, va reafirmar l'abast d'aquesta funció museística: «Els museus són espais públics vitals» i «el paper social dels museus constitueix la seva raó de ser». Aquest paper social del museu pretén contribuir a cohesionar les nostres societats contemporànies. Com a conseqüència, es generen transformacions profundes en les pràctiques museístiques vinculades a la inclusió social, que reflecteixen una tendència actual de tota la museologia internacional.

Així, d'ençà almenys els darrers vint anys, nombroses iniciatives per incloure i donar cabuda a diferents públics als museus han obert noves vies de reflexió sobre les pràctiques professionals i l'evolució de les professions associades a diferents categories de museus. Actor per a la societat i en la societat, el museu desenvolupa, entre altres actuacions, noves formes de mediació, treballa l'accessibilitat, qüestiona les representacions dels professionals, reflexiona sobre els públics per «incloure» i, alhora, inicia col·laboracions amb nous actors.

Aquí, el repte i la lluita indefugible són, primer de tot, erradicar o, si més no, fer minvar totes aquelles barreres que impedeixen l'accés lliure i ple a la cultura i el patrimoni a tots els col·lectius socials, ja siguin de caràcter físic, intel·lectual, social, cultural o econòmic. El ventall de criteris que cal considerar i, alhora, integrar en l'àmbit

estrictament expositiu és molt divers, de manera que cal donar resposta a problemàtiques lligades a l'accessibilitat universal, física i intel·lectual, a la creació i la implementació de recursos específics per a col·lectius amb diversitat funcional, etc.

En connexió amb el repte de la inclusió, se situa també el que m'atreveixo a qualificar d'implementació d'una mirada humanista més gran, en la mesura que aquesta mirada reafirma una sèrie de principis ètics universals que han de constituir el mateix fonament d'un plantejament integrador de la finalitat i l'organització de l'educació per a tothom. Aquest plantejament té conseqüències a l'hora d'idear procediments d'aprenentatge que afavoreixin l'adquisició del coneixement adequat i la formació de competències al servei de tota la humanitat.

Així, el plantejament humanista aborda el debat sobre l'educació més enllà de la funció utilitària que compleix el desenvolupament econòmic. Es preocupa abans que res per la inclusió i per una educació que no exclogui ni margini. Funciona com a guia per afrontar la transformació del panorama de l'aprenentatge a escala mundial, en què la funció dels docents i d'altres educadors continua sent primordial per facilitar aquest aprenentatge amb vista a un desenvolupament sostenible per a tothom.

En paral·lel, dins el concepte d'inclusió s'aixopluga també el problema lligat a les qüestions de representativitat social i igualtat de gènere. En aquest sentit, cal tenir present la capacitat de les institucions museístiques de crear i, alhora, legitimar imatges i representacions socials.

Per sort, els esforços per garantir la perspectiva de gènere en els discursos i les representacions vehiculats pels museus i, especialment, en les seves exposicions, estables o temporals, prenen cada dia més importància en l'agenda de molts museus arreu del món i també al nostre país. Al mateix temps, el repte comença a fer-se extensiu en relació amb la presència i la presa en consideració de les sensibilitats d'altres col·lectius humans que, legítimament, també aspiren a tenir visibilitat i representativitat social dins l'àmbit museístic.

Certament, totes aquestes consideracions, plantejaments i constreyniments fan molt més complexos la creació i el desenvolupament expositiu, però hi donen una dimensió més ètica i humana i, fins i tot, més apassionant.

3. DEMOCRATITZACIÓ

En connexió amb els objectius i els reptes de la inclusió i la justícia social, cal situar també els nous horitzons que planteja l'eixamplament del concepte de democratització dins l'àmbit cultural i, en particular, la seva aplicació potencial en el camp expositiu.

Hem d'evocar aquí, encara que sigui amb pinzellada gruixuda, la problemàtica i els reptes que deriven de tres qüestions.

En primer lloc, les exigències que planteja l'anomenada «ciència ciutadana», que hem d'entendre com una manera de produir nou coneixement científic a través d'un projecte estructurat de recerca col·lectiva, participativa i oberta, impulsat per diferents tipus d'actors, els quals no exerceixen necessàriament dins dels àmbits acadèmics. Així, comencen a aixecar-se veus, dins i fora del món museístic, que afirmen que el conservador o la conservadora ja no són els únics actors legitimats per construir el discurs expositiu.

En segon lloc, cal fer esment del tema candent de la «descolonització» dels museus, que n'afecta molts, fins i tot al nostre país.

Finalment, en relació amb el repte d'assolir una democratització més gran, encara vull situar el problema dels aspectes ètics del finançament privat dels museus i, per extensió, de les exposicions i altres productes que aquests desenvolupen.

Certament, com la resta d'organitzacions socials i culturals, les institucions museístiques necessiten el mecenatge i l'esponsorització. Però hi ha límits ètics i morals que cal considerar, i els responsables culturals comencen a aprendre que tot no s'hi val, que «el fi no justifica els mitjans».

En aquest sentit, hi ha ja un codi de deontologia de l'ICOM que forneix un marc de referència per abordar aquestes qüestions. Però també hi ha molts museus que es doten de cartes o codis ètics en matèria de donacions i pràctiques de mecenatge i esponsorització. Adequar-se a allò que és «políticament correcte», almenys en aquesta dimensió i amb tots els pros i contres que pot comportar, esdevé un altre repte que els museus hauran de considerar amb més atenció en el transcurs dels anys vinents, i que els atorgarà una presència més gran en els debats públics que tractin d'aquesta qüestió.

4. ENTRETENIMENT EDUCATIU

Finalment, en aquesta passejada a vol d'ocell pels reptes i les tendències en el món expositiu que us estic proposant, em sembla també necessari introduir la problemàtica de l'anomenat l'entreteniment educatiu, expressió que, en el context museístic, prefereixo utilitzar en lloc de les més genèriques «lleure» o «oci cultural». El concepte que utilitzo és una simple traducció al català del terme anglosaxó *edutainment*, que remet al resultat de la unió entre *educació* i *entreteniment*, i fa referència a una metodologia educativa que integra elements de diversió a la finalitat formativa.

Hem de tenir present la subtil però creixent deriva i posicionament dels museus i, en especial, de les exposicions cap a aquest sector del lleure i l'oci cultural. Bé, algú pot dir que els museus sempre hi han estat. I potser, abans, un pudor elitista o una ferma convicció sobre la finalitat educativa primigènia del medi ens impedia dir-ho d'una manera clara i contundent.

Sense voler aprofundir en el debat, em limito a assenyalar que, per a una gran part de les persones que visiten un museu, la visita lliure es produeix quasi sempre en un temps i en un context d'oci, amb una dimensió i un interès cultural més o menys grans.

D'altra banda, els museus i les seves exposicions s'integren dins un ecosistema de l'oci cultural altament competitiu, en què ja no són els únics actors: basta recordar que, en aquest moment, entre les propostes culturals que tenen més èxit, tant a la nostra ciutat com en altres llocs d'arreu del món, hi ha les anomenades «exposicions immersives», algunes de les quals ofereixen experiències que volen fer recordar les que són pròpies d'institucions museístiques i culturals convencionals, però sense arribar a ser-ho.

El «gran públic» i, especialment, sectors importants de les noves generacions hi acudeixen en massa i en gaudeixen, sense tenir gaire en consideració els preus d'entrada. D'altra banda, aquestes noves propostes expositives estan adquirint una aura de gran modernitat, són *cools* i, tard o d'hora, contribuiran a modelar els gustos i les preferències de determinades tipologies de visitants, amb el risc conseqüent que els allunyin d'altres propostes expositives més tradicionals.

Certament, el fenomen ha estat possible gràcies a l'espectacular desenvolupament de les noves tecnologies, un sector que cada any ofereix noves eines i productes tecnològics que defineixen tot un camp experimental nou, altament complex, però visualment molt atractiu. I és d'esperar que l'evolució del sector serà encara més gran en els anys que venen, especialment d'ençà del desenvolupament potencial de la IA —la intel·ligència artificial— i la seva possible incidència i aplicació en el sector de la creació artística i cultural i, en general, de les activitats d'oci i temps lliure.

Més enllà de plantejar la necessitat que els museus i les exposicions temporals estiguin més oberts a aquests nous recursos tecnològics, que, d'altra banda, requereixen uns pressupostos de què al nostre país disposen pocs museus, vull referir-me a dos conceptes que el desenvolupament d'aquests nous productes expositius situa com a referencials. En refereixo, d'una banda, al concepte d'experiència de visita i, de l'altra, i íntimament associat al primer, el de *storytelling* o tècnica de creació tant del relat expositiu com de la mateixa experiència de visita a l'exposició.

Els estudiosos i els analistes del problema ens adverteixen que molts visitants acudeixen a museus i exposicions i els freqüenten perquè, sobretot, volen viure «experiències» singulars i interessants, i això tant des del punt de vista intel·lectual com sensorial, social i emocional.

La motivació ja no és ara principalment «aprendre» o «cultivar-se intel·lectualment». Hi ha també qui vol viure una situació d'interacció personal amb altres, qui vol jugar i manipular, qui vol escoltar històries i qui, fent-ho, vol sentir i emocionar-se.

D'una vegada per sempre, els museus hem d'assumir que tenim públics molt diversos i, sovint, contradictoris, una part dels quals valora una experiència de visita al museu que integri dimensions més enllà de l'intel·lecte i, sovint, més properes al joc o a les emocions. Sense ser l'única de les tipologies de visitants possibles, l'*homo ludens* ja fa temps que freqüenta els nostres museus i les nostres exposicions, i ens demana i ens demanarà una atenció i una oferta més grans de les que tradicionalment li hem atorgat, a risc de deixar d'interessar-lo.

Certament, els centres que considerin aquesta problemàtica i assumeixin el repte hauran de disposar dels professionals competents amb aquests tipus de nous productes, com ara aquests nous creadors de *storytelling*, perdoneu-me un cop més aquest anglicisme per referir-me a l'activitat de conceptualització i disseny global de l'experiència expositiva.

5. EL DEBAT SOBRE LA NOVA DEFINICIÓ DE MUSEU A L'ICOM DELS ÚLTIMS ANYS

A tall de conclusió de la meva intervenció, voldria insistir de nou en el pregon i accelerat procés de transformació que actualment viu la institució museística arreu del món, i que parcialment he anat abordant en parlar dels nous reptes a què s'ha de fer front.

Tanmateix, no em sembla un procés nou o recent. Com ja he assenyalat, endinsa les seves arrels en debats sobre el rol social del museu de dimensió històrica molt més llarga i profunda (la «nova museologia» a què em referia en l'evocació inicial de Georges-Henry Rivière en començar la meua intervenció ja té més de cinquanta anys i, sens dubte, també recupera i incorpora preocupacions, relats i debats molt més antics.

Una vegada vaig llegir un proverbi àrab que diu: «Els homes s'assemblen més al seu temps que als seus pares», i crec que el seu significat es pot aplicar perfectament al món museístic i expositiu contemporani. No debades vivim un temps d'intens canvi social i cultural, amb la crisi climàtica, la globalització i el desenvolupament creixent de les noves tecnologies com a gran teló de fons. Certament, les nostres societats canvien i, alhora, també ho fan els nostres museus.

Aquesta nova mutació i aquest eixamplament del museu cap a nous territoris han quedat també reflectits i palesos en el viu debat que, en el si de l'ICOM, s'ha desenvolupat des de fa alguns anys entorn de la nova definició d'aquesta institució cultural. Així, després de discutir-ho intermitentment durant quasi dotze anys (dotze anys!), el 24 d'agost de 2022, en el marc de la 26a Conferència General celebrada a Praga, l'Assemblea General Extraordinària de l'ICOM va aprovar finalment una nova definició de museu:

«Un museu és una institució permanent, sense ànim de lucre, al servei de la societat, que es dedica a la recerca, la recollida, la conservació, la interpretació i l'exposició del patrimoni material i immaterial. Obert al públic, accessible i inclúsiu, fomenta la diversitat i la sostenibilitat. Els museus funcionen i es comuniquen de manera ètica i professional, amb la participació de comunitats diverses. Ofereixen al seu públic experiències variades d'educació, entreteniment, reflexió i intercanvi de coneixements».

En subratllo i destaco especialment alguns mots i expressions noves, que no figuraven en les definicions anteriors de museu fetes per l'ICOM, d'ençà de la seva creació l'any 1946: accessible, inclúsiu, que fomenta la diversitat i la sostenibilitat, que funciona i es comunica de manera ètica i professional, que ofereix al seu públic experiències variades. Mots i conceptes nous per dibuixar nous contorns de l'espai i la praxi museística, per orientar-ne i perfilar-ne el rol i funció social.

Més que en el passat, avui els museus evolucionen i canvien de manera pregonada i accelerada, i, en conseqüència, les tipologies i les pràctiques expositives que implementen també ho fan. Així, més enllà del tema o les col·leccions que exposen o les visions disciplinàries que els orienten, els trets que em semblen veritablement essencials i útils per intentar proposar una tipologia museística i expositiva són la manera i la intensitat com els museus assimilen i integren els grans reptes que els acabo d'exposar.

Certament, avui en dia ja no hi ha una única manera de gestionar museus i, per extensió, de fer exposicions. Conscientment o no, cada institució museística i, així mateix, cada col·lectiu laboral que la integra, amb els límits que imposen la seva dependència institucional i els seus recursos tècnics i econòmics, en construeix i en configura una de pròpia i específica, sovint la que considera més adient a la seva visió i els seus valors. I, fent-ho, el museu s'exposa i pren un risc: no debades, insisteixo, «exposar és, sempre, exposar-se».